

Edice pro region střední a východní Evropy

TOP ČOKOLÁDOVÉ TRENDY

roku 2026 & dalších let



WGSN



CALLEBAUT®
MASTERS OF TASTE

PŘEDSTAVUJEME TOP ČOKOLÁDOVÉ TRENDY V CUKRAŘINĚ

Čokoládová cukrařina je ve střední a východní Evropě pod tlakem. V tomto cenově citlivém regionu musí inovátoři reagovat na nové potřeby spotřebitelů a zároveň obhájit poměr ceny a hodnoty – bez kompromisů v chuti či zážitku a s jasným smyslem a účelem v jádru produktové tvorby.

Cena

Střední a východní Evropa (CEE) je cenově uvědomělý trh, který čelí nestabilním dodávkám kakaa a růstu cen, což výrazně ovlivňuje spotřebu v regionu. Spotřebitelé jsou stále náročnější, hledají dobrý poměr ceny a hodnoty a zároveň si dopřávají menší, neformální indulgentní zážitky. Tato zvýšená očekávání kladou na značky tlak inovovat napříč všemi cenovými úrovněmi.

Aby byla hodnota produktu obhajitelná, dívají se spotřebitelé v CEE za hranice samotné ceny, chuti a pohodlí. Hledají přidanou hodnotu – prvky, které odkazují na tradici, řemeslo a kreativní nové pojetí. To otevírá výrobcům čokolády široké spektrum příležitostí, jak lépe reagovat na rozmanité a vyvíjející se potřeby spotřebitelů v regionu.

Lidé

Ve srovnání s jinými regiony lidé v CEE rádi navazují na svou lokální identitu a vzpomínky z dětství a do svého každodenního života vnášejí hravost. Nostalgie je klíčovým sentimentem, zároveň však spotřebitelé touží po kreativitě a inovacích v tom, jak může čokoláda tyto potřeby naplnit. I přes důraz na cenu jsou spotřebitelé v regionu ochotni zaplatit vyšší cenu za cukrovinky, které působí hodnotněji a přinášejí intenzivnější zážitek. Inovátoři stále častěji pracují s těmito novými sentimenty a obohacují svou nabídku o prvky, které spotřebitele zaujmou a modernizují tradiční chuťové kombinace – bez kompromisů v ceně či zážitku.

Smysl

V samotném jádru je čokoláda o požitku. Značky však musí definovat širší smysl své existence – takový, který je postaven na udržitelném dodavatelském řetězci a podporuje farmáře i životní prostředí. Smysl by měl být zabudován už od samého začátku.



Zatímco inovace řízené trendy by měly reagovat na měnící se potřeby lidí a pomáhat obhajovat vyšší cenu, právě propojení ceny, lidí a smyslu stojí v centru inovací. Objevte TOP čokoládové trendy pro rok 2026 a další období, staňte se Masters of Taste a nahlédněte do sentimentů a strategií, které ovlivní nákupní rozhodování v CEE a podpoří regionální růst odvětví.

TOP ČOKOLÁDOVÉ TRENDY V CEE

01 'MILNÍKOVÉ' CUKROVINKY



02 HYPER-LOKÁLNÍ ČOKOLÁDY



03 ALTERNATIVNÍ CUKROVINKY



04 SMYSLOVÉ CUKROVINKY



Tento dokument obsahuje odkazy,
které vás zavedou na jednotlivé
sekce a rozšířený obsah.

‘MILNÍKOVÉ’ CUKROVINKY

Spotřebitelé přehodnocují význam oslav a rozšiřují jejich pojetí. Tradiční životní milníky, jako je svatba nebo narození dětí, už nejsou jediným středem pozornosti. Dnes lidé slaví menší, osobnější, ale stejně důležité úspěchy – tzv. „malé milníky“ – například profesní úspěchy.

V důsledku toho se budou stále více obracet k cukrovinkám, které podporují nebo přímo oslavují alternativní příležitosti a společenská setkání.

Od
Pocitu omezení
tradičními životními
milníky a společenskými
očekáváními

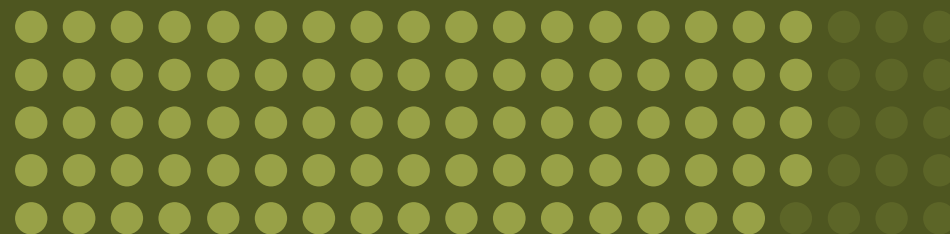
Pro
Hledání nových
příležitostí k oslavám
a dopřávání si



Pexels | Jonathan Borba

„Pro mě je dopřávání si spojené s okamžiky, které slavíte. Může to být povýšení v práci nebo úspěšné složení zkoušky. Způsob, jakým takový moment oslavíte, je pro mě skutečným požitekem.“

Callebaut x WGSN Globální spotřebitelská studie, 2025



84%

spotřebitelů v regionu CEE si užívá oslavy menších nebo netradičních milníků s přáteli a rodinou.

Callebaut x WGSN Globální spotřebitelský průzkum (CEE), 2025

HYPER-LOKÁLNÍ ČOKOLÁDA

Aby mohli lidé oslavovat své dědictví a znovu se propojit s kulturní identitou, roste zájem spotřebitelů o lokální, regionální a sezónní suroviny. Inovátoři v oblasti čokolády na tento trend reagují využíváním hyper-lokálních a sezónních ingrediencí v cukrovinkách a návratem k původním chuťovým profilům. Výsledkem jsou jedinečné produkty, které propojují tradiční kořeny s moderním pojetím.



Od

Propojování s osobní kulturou a tradicemi prostřednictvím jídla



K

Oslavě hyper-lokálních a původních kořenů, kdy jídlo posiluje pocit identity



Pexels | Pranjal Kumar

„Spotřebitelé touží po chutích dětství a jsou ochotni si za ně připlatit. Skvělým příkladem z Polska je brioška s bílými borůvkami – lidé za ni platí až trojnásobek běžné ceny.“

Kamil Szulc, šéfcukrář v Callebaut Chocolate Academy

88%

spotřebitelů vyhledává čokoládové cukrovinky, které odrážejí jejich kulturní dědictví nebo identitu.

Callebaut x WGSN WGSN Globální spotřebitelský průzkum (CEE), 2025

MÉNĚ CUKRU, VÍCE POŽITKU

Spotřebitelé si stále více uvědomují dopad cukru a vysoce průmyslově zpracovaných potravin na své zdraví. Zároveň však očekávají cukrovinky, které jsou v souladu s jejich zdravotními a wellness cíli, aniž by se vzdávali dopřávání si a požitku. Chuťové preference se globálně posouvají směrem k méně sladkým, ale chuťově komplexnějším produktům. To vede výrobce cukrovinek k používání menšího množství surovin, čerstvějších ingrediencí a jemněji vyvážených chutí.

Od
Restriktivních diet
spoléhajících se na
náhražky cukru, které
degradují chuť

K
Odměňujícím cukrovinkám
s menším množstvím
ingrediencí, umírněným
obsahem cukru nebo
zdravějšími alternativami



Pexels | Jonathan Borba

„Když se podíváme do starých kuchařek, množství cukru, které se tehdy používalo, je oproti dnešku výrazně odlišné. Myslím, že chutě se staly méně sladkými – a trendy i naše receptury to jasně odrážejí.“

Alistair Birt, Šéfcukrář



49%

spotřebitelů považuje kratší seznam ingrediencí při nákupu čokoládových cukrovinek za velmi důležitý.

Callebaut x WGSN Globální spotřebitelský průzkum (CEE), 2025

SMYSLOVÉ CUKROVINKY

Smyslové cukrovinky navazují na éru „instagramových“ dezertů, ale posouvají ji dál. Spotřebitelé dnes vyhledávají nové gastronomické zážitky, které vzbuzují emoce a překvapují. Zatímco vizuální prezentace zůstává důležitá, chuťové nároky se zpřísňují. To vede inovátory k experimentování s výraznými texturami, kontrasty a nečekanými chuťovými kombinacemi i v tradičních cukrovinkách.



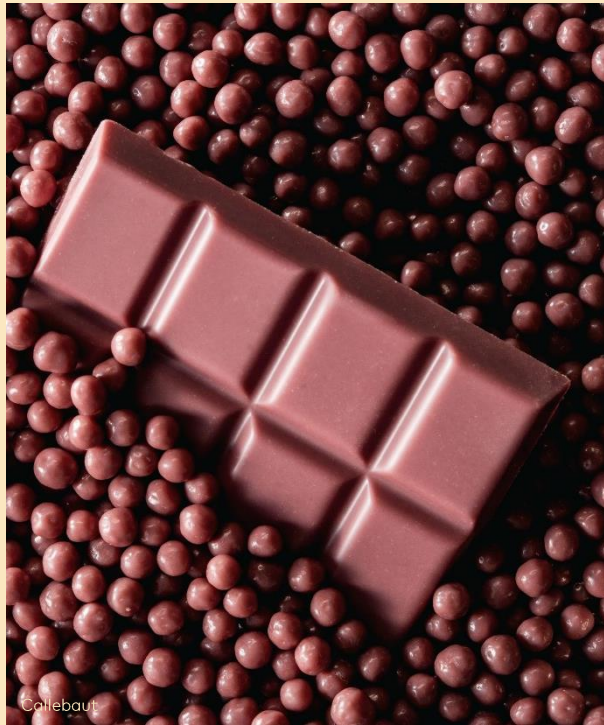
Od

Výrazných dezertů, které dobře vypadají



K

Hyper-senzorickým cukrovinkám, které narušují vizuální, chuťová i texturová očekávání



47%

spotřebitelů velmi přitahují čokoládové cukrovinky s překvapivou nebo nečekanou texturou.

Callebaut x WGSN Globální spotřebitelský průzkum (CEE), 2025

„Chuťové kombinace jsou čím dál odvážnější. Všechno je větší, výraznější a dramatictější. Lidé chtějí něco navíc.“

Justin Ellen, tvůrce obsahu a celebrity pekař



41%

spotřebitelů považuje čokolády, které kombinují sladké a slané chutě, za velmi atraktivní.

Callebaut x WGSN Globální spotřebitelský průzkum (CEE), 2025

STAŇTE SE MISTRY CHUTI

Dnešní spotřebitelé hledají propojení, kulturní objevování, momenty pohody a malé radosti každodenního dopřávání si – a čokoládové cukrovinky mohou tyto potřeby naplnit.

Pro značky to představuje příležitost tvořit čokoládu, která překvapí a potěší: od hravých formátů a inovativních chutí až po produkty, které oslavují dědictví, podporují vědomé volby a vytvářejí okamžiky, jež stojí za sdílení. I v době kolísajících cen kakaa umožňuje postavení lidí a smyslu do centra inovací vytvářet atraktivní, hodnotově silné produkty, které rezonují jak emočně, tak smyslově.

Od cukrovinek týkající se „malých milníků“ až po každodenní luxus – představené trendy jsou teprve začátkem vzrušující cesty čokoládových inovací.

Chcete tyto poznatky proměnit v cílenou strategii pro svou značku a vytvářet produkty i zážitky, které zaujmou spotřebitele a podpoří váš růst?

Kontaktujte Callebaut na
www.callebaut.com.



PŘEDVÍDÁNÍ TRENDŮ

TOP čokoládové trendy pro rok 2026 vznikly ve spolupráci společností Callebaut a WGSN, přední světové agentury pro předpovídání trendů.

Komplexní výzkum čokoládových trendů vychází z kombinace kvantitativních a kvalitativních datových zdrojů, které analyzovali odborníci na trendy z WGSN.

Použité zdroje zahrnují:

Spotřebitelský průzkum

Online průzkum proběhl v září 2025 ve 24 zemích a zapojilo se do něj 24 000 spotřebitelů. Pro účely této studie byla data filtrována na globální spotřebitele, kteří si v posledních 12 měsících zakoupili čokoládové cukrovinky.

Spotřebitelské deníky

Kvalitativní deníky spotřebitelů byly shromážděny ve Spojených státech, Brazílii, Indii a Spojeném království.

Expertní rozhovory

Rozhovory s 20 šéfcukráři a odborníky z oblasti gastronomie a potravinářství napříč 13 trhy.

Vyhledávací data

Veřejně dostupná data z Google Trends byla analyzována s cílem identifikovat trendy v ingrediencích a formátech na základě růstu vyhledávanosti (od října 2023 do září 2025).

Sociální data WGSN: Food & Drink Signal Map

Sociální data WGSN byla využita k identifikaci rostoucích klíčových slov a ingrediencí v oblasti cukrovinek. Proprietární nástroj WGSN Food & Drink Signal Map sleduje více než 4 000 kurátorovaných influencerů po celém světě a pomáhá identifikovat nová témata v segmentu jídla a nápojů.

Proprietární trendová inteligence WGSN & sekundární výzkum

Spotřebitelské a potravinářské předpovědi WGSN jsou vytvářeny odborníky z daného odvětví, publikovány na platformě wgsn.com a poskytují vhled zaměřený na budoucnost. Zároveň byly obohaceny o cílený sekundární výzkum.

Trendové skeny

Globální i lokální signály změny a případové studie inovací byly shromážděny a analyzovány místními trendovými experty.



OBJEVTE VÍCE

Tento report představuje 4 klíčové trendy v oblasti čokoládových cukrovinek ve střední a východní Evropě. Spojte se s naším obchodním týmem a objevte všech 7 nejvýznamnějších čokoládových trendů pro rok 2026 a následující období, včetně zásadních případových studií a konceptů cukrovinek budoucnosti.

01 'MILNÍKOVÉ' CUKROVINKY



02 ČOKOLÁDOVÁ NOSTALGIE



03 HYPER-LOKÁLNÍ ČOKOLÁDA



04 ALTERNATIVNÍ CUKROVINKY



05 RITUÁLY SLADKÉ POHODY



06 SMYSLOVÉ CUKROVINKY



07 KAŽDODENNÍ LUXUS



STAŇTE SE MISTRY CHUTI



WGSN


CALLEBAUT®
MASTERS OF TASTE